

Jonna Mässeli

TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN: ILOITSEMME ITSENÄISYYDESTÄ

Opinnäytetyö
Liiketalouden koulutus

2017



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Jonna Mässeli	Tradenomi (AMK)	Syyskuu 2017
Opinnäytetyön nimi Tapahtuman järjestäminen: Iloitsemme itsenäisyydestä		33 sivua 4 liitesivua
Toimeksiantaja Kettumäen kansanpuisto ry		
Ohjaaja Lehtori Marita Kankaanranta		
Tiivistelmä Tämän toiminnallisen opinnäytetyön aiheena on tapahtuman järjestäminen. Työn toimeksiantajana toimii Kettumäen kansanpuisto ry. Opinnäytetyö antaa vastauksen kysymyksiin ”Mitä vaaditaan onnistuneen tapahtuman järjestämiseen?” ja ”Millä markkinointiviestinnän keinoilla tavoitetaan parhaiten tapahtuman kohderyhmä?”. Opinnäytetyössä aluksi perehdytään onnistuneen tapahtuman järjestämiseen ja selvitetään, mitä koko tapahtuman suunnitteluprosessi pitää sisällään. Erilaisista lähteitä käyttäen käydään tietoperustassa läpi koko tapahtuman suunnitteluprosessi aina suunnitteluvaiheesta toteutukseen ja jälkimarkkinoinnin toimenpiteisiin. Tämän lisäksi tietoperustassa perehdytään tapahtumamarkkinointiin. Toiminnallisen opinnäytetyön lopputuotteeksi muodostui koko perheen tapahtuma, joka luotiin tietoperustan pohjalta. Tapahtuma oli nimeltään Iloitsemme itsenäisyydestä, ja se järjestettiin Kuusankoskella 26.–27.8.2017. Tapahtuma järjestettiin toimeksiantajan ja yhteistyökumppaneiden näkyvyyden lisäämiseksi ja, siksi että saadaan kouvolaalaisille järjestettyä hyvinvointia ja yhteenkuuluvuutta parantava tapahtuma. Tapahtuma ei saavuttanut sille asetettuja kaikkia tavoitteita, kuten riittävää kävijämäärää ja tarvittavia tuloja. Muut tavoitteet tapahtuma saavutti, kuten näkyvyyden lisääntyminen ja paikallisia yhdistäneen tapahtuman onnistunut järjestäminen.		
Asiasanat tapahtuma, tapahtuman suunnittelu, tapahtuman markkinointi, tapahtuman järjestäminen		

Author (authors)	Degree	Time
Jonna Mässeli	Bachelor of Business Administration	September 2017
Thesis Title		33 pages 4 pages of appendices
Event planning: Celebrating Independence		
Commissioned by		
Kettumäen kansanpuisto ry		
Supervisor		
Marita Kankaanranta, Senior Lecture		
Abstract		
<p>The aim of this functional thesis is arranging an event. The commissioner of the thesis is Kettumäen kansanpuisto ry. The thesis offers answers to these following questions: "What is required to organize a successful event?" and "Which marketing communication tools will best reach the target audience for the event?"</p> <p>The purpose of the thesis was to get acquainted with organizing a successful event and to find out what the planning process for the whole event encompasses. Using a variety of sources, the information bases go through the whole process of designing the event from the planning stage to implementation and after-sales activities. In addition, the data base focuses at this event marketing.</p> <p>The end product of the functional thesis was a family event that was created based on the knowledge base. The event was called "Iloitsemme itsenäisyydestä" and was held in Kuusankoski on 26-27 August, 2017. The event was organized to increase the visibility of the sponsor and co-partners and, as a result, a well-being and cohesion event for the people of Kouvola.</p> <p>The event did not reach all the goals set for it, such as visitor count and the required revenue. Other goals the event achieved, such as increased visibility and successful organization of a local event that united the local people.</p>		
Keywords		
event, event planning, event marketing, event organization		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	KETTUMÄEN KANSANPUISTO RY JA KUUSANKOSKEN RETKEILIJÄT RY	7
2.1	Kettumäen kansanpuisto ry	7
2.2	Kuusankosken Retkeilijät ry.....	8
2.3	Osallistuminen Suomi 100 -hankkeeseen.....	9
3	YLEISÖTAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN.....	9
3.1	Tapahtuman tavoitteet	9
3.2	Tapahtuman suunnitteluprosessi	10
3.2.1	Kohderyhmä.....	11
3.2.2	Tapahtumakäsikirjoitus	12
3.2.3	Tapahtumapaikka ja ajankohta	12
3.2.4	Rahoitus.....	13
3.2.5	Lupa- ja ilmoitusasiat	14
3.2.6	Tapahtuman markkinointi	14
3.2.7	Palaute ja jälkimarkkinointi	15
4	ILOITSEMME ITSENÄISYYDESTÄ.....	16
4.1	Tapahtuman tavoitteet	16
4.2	Tapahtuman suunnitteluprosessi	16
4.2.1	Kohderyhmä.....	17
4.2.2	Tapahtumakäsikirjoitus	17
4.2.3	Rahoitus.....	19
4.2.4	Lupa ja ilmoitusasiat.....	20
4.2.5	Tapahtumapaikka ja ajankohta	20
4.2.6	Aikataulu	21
5	TAPAHTUMAN MARKKINOINTI	22

5.1	Markkinoinnin suunnittelu	22
5.2	Mainonta.....	22
5.3	Sosiaalinen media	23
5.3.1	Facebook	23
5.3.2	Muut.....	23
5.4	Markkinoinnin aikataulu	24
5.5	Palaute ja jälkimarkkinointi	24
6	TULOKSET JA POHDINTA.....	25
	LÄHTEET.....	31

LIITTEET

Liite 1. Markkinointimateriaalia mainostauluilla ja Facebookissa

Liite 2. Lauantain ohjelma

Liite 3. Sunnuntain ohjelma

Liite 4. Kyselylomake

1 JOHDANTO

Vuosi 2017 on Suomelle tärkeä vuosi, sillä itsenäistymisestä on kulunut tasan sata vuotta. Satavuotisjuhlavuosi tarjoaa suomalaisille monipuolista ja kansainvälistä ohjelmaa Suomessa ja myös ympäri maailmaa (Haapakoski 2016). Kaikilla on mahdollisuus osallistua juhlavuoden ohjelmaan, jota Valtionneuvoston kansliassa toimiva Suomi 100 -hanke organisoi. (Ks. Suomi Finland 100 s.a.)

Teen toiminnallisen opinnäytetyöni Kettumäen kansanpuisto ry:lle, joka on päättänyt osallistua Suomi 100 -hankkeeseen. Tapahtumassa on myös mukana Kuusankosken Retkeilijät ry ja Mannerheimin Lastensuojeluliiton Kuusankosken yhdistys. Tapahtuman nimi on Iloitsemme itsenäisyydestä ja se järjestetään 26.–27.8.2017 Kettumäen kansanpuistossa Kuusankoskella.

Toiminnallinen opinnäytetyössä yhdistyvät teoria ja käytännön toteutus. Teoriaosuudessa on teksti, josta selviää, mitä, miksi ja miten on tehty, ja minkälaisiin johtopäätöksiin on päästy. Toiminnalliseen opinnäytetyöhön kuuluu raportin lisäksi itse produkti, eli tuotos. (Hostikka 2010, 35.) Opinnäytetyössäni saan tuotoksen tehtyä itse olemalla osallinen tapahtuman järjestämiseen. Toiminnallisessa opinnäytetyössäni yhdistyvät teoria ja käytäntö.

Tavoitteeni on tutustua tapahtuman järjestämiseen osana markkinointia ja oppia tuntemaan onnistuneen tapahtuman järjestämisen keinot. Kysymyksiä, joihin haluan opinnäytetyölläni selvittää vastaukset, ovat, mitä vaaditaan onnistuneen tapahtuman järjestämiseen ja millä markkinointiviestinnän keinoilla tavoitetaan parhaiten tapahtuman kohderyhmä. Haluan selvittää näihin kysymyksiin vastaukset, jotta Kettumäen kansanpuistolla on helpompi saada kohderyhmäänsä kuuluvia ihmisiä tulemaan heidän tapahtumiinsa. Minun roolini tässä tapahtumassa on koota kaikki tarpeellinen tieto tapahtuman järjestämisestä, ja ottaa selvää kävijöiden mielipiteitä siitä, mitä vaaditaan ihmisten houkuttelemiseksi tapahtumaan. Tapahtuman suurin ongelman aihe on kävijämäärien riittävyys.

Opinnäytetyössäni tutustun aluksi tapahtuman järjestelyyn liittyvään teoriaan. Selvennän sen eri vaiheet, jotta tiedän, mistä lähteä suunnittelemaan onnistunutta tapahtumaa Kettumäen kansanpuistolle. Käytän suurimmaksi osaksi Vallon ja Häyrisen Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen -kirjaa (2016) apuna teoria-osuudessa. Teorian jälkeen selvitän tapahtuman tavoitteet järjestäjien kesken, jotta voidaan aloittaa järjestelyt käytännössä. Haastattelen Kettumäen kansanpuisto ry:n ja Kuusankosken Retkeilijät ry:n edustajia, jotka esiintyvät tässä opinnäytetyössä Henkilö 1:nä ja Henkilö 2:na. Heidän kanssaan järjestän suurimmaksi osin yhdessä Iloitsemme itsenäisyydestä -tapahtuman.

Päätin tehdä myös työharjoitteluni Kettumäen kansanpuistossa, jotta pääsen paremmin osallistumaan Iloitsemme itsenäisyydestä -tapahtuman järjestelyihin ja myös itse tapahtumaan. Ennen varsinaista tapahtumaa olen vastuussa ohjelmien ja julisteiden ulkonäöstä ja niiden jakamisesta tapahtuman järjestäjien verkkosivuilla. Lisään ohjelmat myös Suomi 100 Finlandin virallisille verkkosivuille. Varsinaisessa tapahtumassa minulla ei ole muuta roolia kuin yleisen sujuvuuden valvominen.

Osana toiminnallista opinnäytetyötäni teen tapahtuman kävijöille kyselyn heidän viihtyvyydestään ja parannusehdotuksista. Näin koin Kettumäen saavan enemmän irti opinnäytetyöstäni. Kyselyn avulla pystytään kehittämään tulevaisuudessa olevia tapahtumia. Koin myös opinnäytetyöni tekemisen mielenkiintoisemmaksi, kun pääsin käytännössä toimimaan ja perehtymään tapahtumien järjestelyihin.

2 KETTUMÄEN KANSANPUISTO RY JA KUUSANKOSKEN RETKEILIJÄT RY

2.1 Kettumäen kansanpuisto ry

Kettumäen kansanpuisto ry sai alkunsa, kun Kuusankoskelta, aivan keskustan vierestä, löytyi lakkautusuhan alla oleva Työväenasuntomuseo. Rakennuksista

kiinnostuneet ihmiset pyysivät kaupungin hallitusta lahjoittamaan rakennukset uudelle perustettavalle yritykselle. Lahjoituksesta tuli päätös 18.1.2015 ja näin syntyi Kettumäen kansanpuisto (2016a).

Yhdistyksen tarkoituksena on ollut ylläpitää lakkautetun Kuusankosken Työvä-
enasuntomuseon rakennuksia ja edistää alueen monipuolista käyttöä toimintaympäristön ehdoilla. Kettumäellä on noin 18 hehtaarin alueinen puistoalue, jota rakennusten lisäksi, hyödynnetään erilaisten tapahtumien järjestyspaikkana. Tarkoituksena on ollut saada ihmiset aktivoitumaan erilaisten tapahtumien ja toimintojen avulla. (Kettumäen kansanpuisto 2016b).

Kettumäen kansanpuiston toiminta kohdistuu suurimmaksi osaksi kesäaikaan, jolloin tapahtumia järjestetään lähes viikoittain. Kesällä 2017 on järjestetty esimerkiksi kesäteatteri, kesäkerho alakouluikäisille, Kouvolan hammashuollolle työnhyvinvointipäivä ja paljon muuta. Alueella toimii, myös kesäkahvila ja kotieläinpuisto.

2.2 Kuusankosken Retkeilijät ry

Kuusankosken Retkeilijät ry osallistuu Iloitsemme itsenäisyydestä -tapahtuman suunnitteluun yhdessä Kettumäen kansanpuiston kanssa. Kummatkin yhdistyksen järjestävät lauantapäivän yhteistyössä. Kuusankosken Retkeilijöiden toiminta perustuu henkisen ja fyysisen vireyden ylläpitämiseen ja edistämiseen eri liikunnan ja retkeilyn muotojen avulla. Nämä toiminnot tapahtuvat pääosin luonnossa. Retkeilijät järjestävät myös kulttuuri ja liikunta painotteisia retkiä, matkoja ja opintotoimintaa. (Henkilö 2 2017a.)

Kuusankosken Retkeilijöiden (2017) yksi tärkeimmistä yhteistyökumppaneista on vuodesta 2008 toiminut 55+-järjestö. Sen päätoimintana on järjestää kansainvälistä vapaaehtoistoimintaan liittyviä projekteja senioreille. Vapaaehtoistoiminnasta kiinnostuneille on järjestetty partnerimaista kulttuurivaihtoja ja opintomatkvoja. Seniorit ovat päässeet eri maihin töihin, ja myös partnerimaista on saapunut Suomeen useita yhteistyökumppaneita työskentelemään.

2.3 Osallistuminen Suomi 100 -hankkeeseen

Idea osallistua Suomi 100 -hankkeeseen lähti Kuusankosken retkeilijät ry:n edustajan Henkilö 2:en (2017) aloitteesta. Hänen ajatuksensa sai alkunsa luonnosta, sillä Suomessa vietetään eri teemaisia ja eri vuoden aikoihin sijoittuvia luonnonpäiviä. Henkilö 2:en tutkiessa Suomen luonnonpäivän verkkosivuja, hän löysi tiedon, että Suomi 100 vuotta viettää valtakunnallista Suomen luonnonpäivää 26.8.2017. Kouvolan kaupunki oli neuvonut paikallisia yhdistyksiä hakeutumaan yhteen ja järjestämään yhdessä tapahtuman. Suomi 100 -hankkeen ajatus on juuri se, että tehtäisiin asioita yhdessä. Viikonlopun nimeksi tulikin Yhdessä viikonloppu 25.–27.8.2017.

Tämän jälkeen Henkilö 2 (2017a) lähetti oman järjestönsä puolesta haasteen löytääkseen yhteistyökumppanin, jonka kanssa voisi järjestää tällaisen tapahtuman. Kettumäen kansanpuisto ry vastasi myöntävästi kutsuun, ja toinen järjestö, joka vastasi, oli Kouvolan naislaulajat. Tapahtuman kehittäminen alkoi.

Vielä ennen tapahtuman suunnittelun alkua otti Henkilö 2 (2017a) yhteyttä paikalliseen muusikkoon ja säveltäjään Esa Kotilaiseen, joka on erikoistunut tekemään musiikkia ympäristöstä ja luonnon äänistä. Henkilö 2 ajatteli, että Kotilaisen tekemä musiikki sopisi erinomaisesti heidän järjestämäänsä tapahtumaan, ja Kotilainen itse myös innostui asiasta.

3 YLEISÖTAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

3.1 Tapahtuman tavoitteet

Vallo ja Häyrinen (2015, 131–132) neuvovat, että jokaisella tapahtumalla olisi hyvä olla jonkinlainen tavoite, jonka tapahtuman järjestäjät toivovat saavuttavansa tapahtumallaan. Tarpeeksi konkreettisen tavoitteen asetettuaan, on myös helpompi arvioida, kuinka hyvin on onnistuttu tapahtuman järjestämisessä tapahtuman jälkeen. Yleisiä tavoitteita yleisötapahtumille on julkisuuden saanti, varojen keruu ja verkostoituminen.

Verkostoitumisen tavoitteena on tapahtumissa tehdä kontakteja käytännössä muiden alan toimijoihin (Vallo & Häyrynen 2016, 132). Suomessa tätä tapahtuu paljon vähemmän verrattuna esimerkiksi Yhdysvaltoihin, jossa laajaa kontaktiilistusta arvostetaan yli kaiken. Suomessa sulkeutuneen kansanluonteemme ja itsevarmuuden puute saa meidät olemaan heikkoja kommunikaatiossa. (Vartia .s.a.)

Suurin syy tapahtuman epäonnistumiseen on voinut olla se, ettei olla tehty tarkkaa päätöstä siitä, mitä tapahtumalla halutaan saavuttaa. Tapahtumia järjestetään tottumuksesta, koska muutkin niin tekevät, sekä sen takia, että siitä on tullut tapa. Tavoitteet ovat jääneet pinnallisiksi, jolloin niitä on jälkikäteen ilmaistu mutuntumalta. (Vallo & Häyrynen 2015, 132–133.)

Tapahtumaa alkaessa järjestää, on tärkeää kysyä, miksi tapahtuma järjestetään ja mikä on tapahtuman tavoite. Jos vastauksena on, että se on perinne, tulee asiaa pohtia syvemmin. Tapahtuman tulisi muuttaa asioita jossain määrin, jotta tapahtumasta voitaisiin hyötyä. (Vallo & Häyrynen 2015, 135–136.) Alkukartoituksen tarkoitus on kysyä itseltä kysymyksiä kuten, mikä on tapahtuman ydinajatus, ja mitä tapahtumalla halutaan saada. (Tapio 2013).

Tapahtumasta saaneita tuloksia kannattaa myös erilaisilla keinoilla mitata. Hyviä tutkimuskohteita ovat esimerkiksi kohderyhmät, uusien kontaktien määrä ja tapahtuman sisällön arviointi. Kohderyhmiä pystytään mittaamaan keräämällä heistä tapahtumassa tai tapahtuman jälkeen tietoja. Uusien kontaktien määrän laskeminen on helppoa, ja kannattaakin ennen tapahtumaa määrittää jonkinlainen määrä, mihin tähdätään uusien kontaktien saamisessa. Tapahtuman sisällön arviointi perustuu haluun kehittää yrityksen järjestämää seuraavaa tapahtumaa. (Muhonen & Heikkinen 2003, 136–137.)

3.2 Tapahtuman suunnitteluprosessi

Tapahtuman suunnitteluprosessi tulee aloittaa Vallon ja Häyrysen (2016, 191) mukaan tarpeeksi ajoissa ennen tapahtuman ajankohtaa. Heti alussa tulee ottaa

selvää, ketkä ovat halukkaita osallistumaan tapahtumaan ja keitä tarvitaan palkata onnistuneen tapahtuman varmistamiseksi. Tärkeää on saada kaikki osallistujat mukaan heti alusta alkaen.

Suunnitteluvaihe on kaikkein työläin vaihe koko tapahtuman järjestämisprosessissa. Se vie aikaa monia kuukausia riippuen siitä, kuinka isosta tapahtumasta on kyse. Tapahtuman suunnitteluvaiheessa on hyvä myös ottaa jo kohderyhmä mukaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 191–192.)

Tapahtumatuotannon osa-alueiden, sisällöntuotannon, teknisen tuotannon ja kaupallisen tuotannon, suunnittelu on kaikkein tärkein osa prosessia. Kaikille näille osa-alueille tulee olla henkilöt, jotka ovat vastuussa omasta osa-alueestaan. Sisällöntuotantoon kuuluu tavoitteiden määrittäminen, tapahtuman teema ja visuaalinen ilme sekä tuotteet ja palvelut. Tekninen tuotanto käsittelee tekniikan, tapahtumapaikan valinnan ja suunnittelun, luvat ja ilmoitukset sekä aikataulun. Kaupallinen tuotanto päättää budjetista, kohderyhmistä, markkinointisuunnitelmasta, yhteistyökumppaneista sekä mainonnasta. (Vallo & Häyrinen 2016, 192–193.)

3.2.1 Kohderyhmä

Tapahtumaa järjestäessä on hyvä rajata kohderyhmä, jolle tapahtuma sopii parhaiten. Rajaaminen myös auttaa tapahtuman markkinoinnissa, sillä silloin saadaan mahdolliset asiakkaat tavoitettua helpommin. Segmentoitaviin ryhmiin voi kuulua suuri yleisö, rajattu kutsuvierasjoukko tai avoin kutsuvierasjoukko. Kohderyhmä tulee siis tuntea riittävän hyvin, jotta pystytään suunnittelemaan ja toteuttamaan tapahtuma juuri tämän ryhmän tarpeita vastaaviksi. (Vallo & Häyrinen 2016, 145.)

Tärkeimpiä asioita, joita täytyy huomioida, on tehdä oikeankokoinen ja oikean näköinen tapahtuma, jotta ihmiset viihtyisivät. Kohderyhmää mietittäessä tulee päättää myös esimerkiksi, markkinoidaanko tapahtumaa nuorille vai vanhoille, miehille vai naisille, perheellisille vai sinkuille, kaupunkilaisille vai maalaisille ja niin edelleen. (Vallo & Häyrinen 2016, 145.)

Tärkeää on siis asettautua kohderyhmän asemaan ja miettiä kohderyhmään kuuluvien kannalta, minkälainen tapahtuma olisi juuri heille sopiva. Suunnitelma on tehtävä huolellisesti ja tapahtuma tulee viedä läpi kohderyhmää kunnioittaen. (Vallo & Häyrinen 2016, 148). Omaa segmenttiryhmää tulee siis käsitellä yksilöllisesti. Kaikille on oma kannattavin lähestymistapansa, joka pitää löytää ennen markkinoinnin aloittamista. (Sipilä 2008, 88.)

Segmentoitaessa ei saa kuitenkaan olettaa, että kohderyhmän kaikki jäsenet olisivat samanlaisia. Ihmisillä on tapana yleistää toisia, jolloin segmentointi ajautuu harhaan. Pitää muistaa se, että todellisuudessa kaikki asiakkaat eivät käyttäydy samalla lailla, kuin segmentointimallit voivat antaa ymmärtää. (Ahonen & Luoto 2015, 24.)

3.2.2 Tapahtumakäsikirjoitus

Tapahtumakäsikirjoituksen tarkoitus on helpottaa järjestäjiä viemään tapahtuma alusta loppuun. Siinä kerrotaan tunnin tarkkuudella tapahtumassa työskenteleville, mitä tapahtuu, missä tapahtuu ja milloin tapahtuu. Käsikirjoitus alkaa aina siitä, kun vieraat saapuvat. Kaikilla työntekijöillä tulisi olla oma käsikirjoitus, jotta he tietävät, mitä tapahtuu tapahtuma- ja henkilökunnan alueella. On tärkeää, että tapahtuman isäntä on perillä kaikesta, mitä tapahtuu ja mihin aikaan. Hän on se, joka vastaa tapahtuman läpiviennistä ja mahdollisista päätöksistä ja muutoksista käsikirjoitukseen. (Vallo & Häyrinen 2016, 196–197.)

Tapahtumakäsikirjoitukseen tulee aina väistämättäkin muutoksia kesken tapahtuman, sillä aina kun ihmisiä on samassa paikassa runsain määrin, tapahtuu yllätyksiä. Monet eivät edes laadi ollenkaan käsikirjoitusta (Vallo & Häyrinen 2016, 197), mikä johtaa vielä useammin ennalta-arvaamattomiin tilanteisiin.

3.2.3 Tapahtumapaikka ja ajankohta

Tapahtumapaikkaa valittaessa on mietittävä paikkakuntaa, sekä millaisen tilan tapahtuma tarvitsee. Tätä valintaa miettiessä on otettava huomioon tilaisuuden

luonne ja osallistujat. Budjetin suuruus usein määrää, kuinka paljon tapahtumapaikkaan voidaan panostaa. Sisä- ja ulkotiloissa on omat hyvät ja huonot puolensa. Sisätiloissa voi oikeastaan tulla esteeksi vain tilan mahdollinen pieni koko, ja ulkotiloissa tulee olla varasuunnitelmat sateen ja myrskyn varalle. (Vallo & Häyrinen 2016, 169.)

Muita asioita, joita tulee miettiä tapahtumapaikkaa valittaessa, on liikuntarajoitteisten osallistuminen, somistumahdollisuudet, onko paikka toiminut hyvin muilla tapahtumilla, tekniikan yhteensopivuus, tarjoilun järjestäminen sekä mahdollisten häiriötekijöiden ilmaantuminen tapahtuman aikana. (Vallo & Häyrinen 2016, 169–170.)

Vallo & Häyrinen (2016, 174–175) neuvovat aluksi miettimään, mihin ajankohtaan on tapahtuma järkevintä sijoittaa. Pitää varmistaa se, että oma kohderyhmä on tapahtuman aikaan vapaita tulemaan itse tapahtumaan. Viikonpäivien ja kuukausien väliltä kannattaa valita tarkoin.

3.2.4 Rahoitus

Tapahtuman budjetti tulee olla tiedossa suurin piirtein jo tapahtuman suunnittelun alkuvaiheina. Tämä siitä syystä, että tiedetään, mihin rahat menevät, eikä tapah-tuisi budjetin ylittymistä. Budjetti määrää, mihin rahat sijoitetaan ja myös sen, missä joudutaan säästämään. Helpointa budjetin laatimisen alkuvaiheilla, on katsoa edellisiä samantapaisia tapahtumia, jotta budjetin määrä pystytään arvioimaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 177–178.)

Kulu- ja tuottobudjetti (Vallo & Häyrinen 2016, 179) on hyvä määritellä erikseen. Erilaisia kuluja ovat erimerkiksi tilojen vuokra, somistus, tekniikka, luvat ja esiintyjät. Tuottoja voivat olla lipputulot, tarjoilutulot ja sponsorointitulot.

Yhdistykset, ilman omaa rahoitusta, pystyvät hakemaan avustuksia kunnilta, ministeriöltä tai erilaisilta säätiöiltä toiminnalleen ja tapahtumilleen (Nousiainen & Pursiainen 2014, 41). Tapahtumaa järjestettäessä tulee ensin odottaa päätöksiä

avustuksista, jonka jälkeen vasta voidaan alkaa miettimään, miten rahat sijoitetaan. Yhdistysten on tietysti pitänyt ilmoittaa ennen avustuksien hakemista, mihin rahat menevät, mutta määriä pystytään vasta tarkemmin miettimään rahoituspäätösten jälkeen.

3.2.5 Lupa- ja ilmoitusasiat

Järjestettäessä tapahtumaa, tulee muistaa hakea erilaisia lupia. Myös poliisille tulee tehdä ilmoitus yleisötapahtumista. Ilmoituksia tulee tehdä, jos tapahtuma järjestetään kuntien omistamilla alueilla, kuten toreilla tai puistoissa. Jos tapahtumassa soitetaan musiikkia, tulee siitä tehdä ilmoitus ympäristökeskukselle. Musiikista joudutaan myös maksamaan maksuja, jos kyseessä on taustamusiikkia tai elävää musiikkia. Ulkotulille ja ilitulituksille täytyy myös hakea luvat poliisilta ja tehdä tapahtumapäivänä ilmoitus pelastuslaitokselle. (Vallo & Häyrinen 2016, 180–181.)

Jokaisella kaupungilla on omat ohjeensa tapahtumajärjestäjille. Ohjeet näihin tilanteisiin löytyvät kaupungin verkkosivuilta. Tarvittavia lupia ja ilmoituksia ovat meluilmoitus, maanomistajan lupa, anniskelulupa, arpajaislupa, rakennuslupa, pelastussuunnitelma ja tiensulkemislupa. (Vallo & Häyrinen 2016, 181.)

3.2.6 Tapahtuman markkinointi

Tapahtuman markkinoinnilla tarkoitetaan valitulle kohderyhmälle ja asiakkaille tarkoitettua tiedottamista. Ennen kuin aloittaa tapahtuman markkinoinnin, tulee laatia markkinointisuunnitelma. Suunnitelman tarkoitus on pitää markkinoija aikalaulussa ja saada tämä tavoittelevaan määrätietoisesti tapahtuman tavoitteita. (Tapio 2013.)

Tapahtuman markkinointiin kuuluu suurena osana mainonta. Kohderyhmän ollessa tiedossa tiedetään, mihin mainontaa tulee suunnata. Kannattavimpia kanavia ovat lehdet, televisio ja sosiaalinen media. Yhdistyksillä ei ole varaa käyttää varojaan maksulliseen mainontaan, joten sosiaalisella medially on suuri merkitys

ja siihen joudutaan panostamaan paljon. Toinen halpa valinta on ripustaa mainoksia kauppojen ja muiden mahdollisten paikkojen ilmoitustauluille. (Tapio 2013.)

Ilman markkinointistrategiaa sosiaalisessa mediassa ei voi tietää, mihin suuntaan ollaan menossa ja mihin lopputulokseen halutaan päästä. Sosiaalisessa mediassa markkinointi ei paljoa eroa tavallisesta markkinoinnista. Suurin asia on löytää se, missä kanavissa oman kohderyhmän asiakkaat käyvät ja joista heidät pystyttäisiin helpoimmin tavoittamaan. Ihmiset käyttävät monia eri sosiaalisen median kanavia, jolloin markkinoinnin jakaminen useisiin eri lähteisiin on kaikkein kannattavinta. (Evans 2010, 15–17.) Facebook (Nousiainen 2016) hallitsee vielä tänäkin päivänä sosiaalista mediaa.

3.2.7 Palaute ja jälkimarkkinointi

Palautteiden (Palaute tapahtumasta – mitä ottaa huomioon? 2017) kerääminen tapahtuman jälkeen on varma tapa saada tietoa tapahtuman onnistumisesta. Palaute on myös tärkeää jatkon kannalta, sillä niin varmistetaan, ettei tehdä samoja virheitä enää uudestaan. Palautekyselyn ei pidä olla liian pitkä, ettei asiakas jätä sitä kesken. Lomakkeen voi antaa tapahtuman loppuvaiheessa suoraan kävijän täytettäväksi tai tapahtuman jälkeen sähköisesti.

Hyviä kysymyksiä ovat ne, joissa ovat vaihtoehdot, esimerkiksi asteikko yhdestä viiteen. Avoimia kysymyksiä kannattaa olla maksimissaan kaksi tai kolme. Yhdessä niistä kannattaa kysyä kävijöiden parannusehdotuksia tapahtumaan.

Jälkimarkkinointi on asiakassuhteen hoitoa tapahtuman jälkeen. Tapahtuman järjestäjä kiittää kävijää tapahtumassa käynnistä ja jakaa näille esimerkiksi valokuvia tai videoita tapahtumasta. Tapahtumassa esiintyvien esittäjien materiaalia voi myös jakaa jälkeinpäin kävijöille, jolloin heille jää muisto talteen tapahtumasta. (Valtari 2013.)

Jälkimarkkinointi saattaa usealla unohtua kokonaan, mutta monissa tutkimuksissa on selvinnyt se, miten hyödyllistä jälkimarkkinointi on asiakassuhteiden jatkumisessa. Parasta olisi suunnitella jälkimarkkinointistrategia tapahtuman suunnitteluvaiheessa. Näin ollen jälkimarkkinointi tapahtuisi jouhevasti ja kuuluisi olennaisena osana prosessiin. (Tapahtuman jälkimarkkinointi jäi puolitiehen – mitä sitten? 2014.)

4 ILOITSEMME ITSENÄISYYDESTÄ

4.1 Tapahtuman tavoitteet

Kuusankosken Retkeilijät ry:n tavoitteena on tuottaa kaksipäiväinen luontoon ja kulttuuriin painottuva, elämyksellinen yhdessä tekemisen ja kokemisen juhla. Juhla luo yhteenkuuluvuuden tunnetta, lisää kansalaisten hyvinvointia ja järjestöjen tunnettavuutta sekä syventää ymmärrystä paikallisen historian, kulttuurin ja luontoarvojen merkitystä nykypolville. (Volotinen 2017.)

Kettumäen kansanpuisto ry:n vastatessa myöntävästi haasteeseen lokakuussa 2016, yhdistyksen vastuuhenkilöt ajattelivat, että kyseinen Suomi 100 vuotta -tapahtuma sopisi hyvin heidän toimintaansa. Tapahtuma toisi hyvin esille työväentalon historiaa ja tapahtuma voisi toimia perinteen esille tuojana. Kettumäellä on tavoitteena juhla Suomen syntymäpäivää ja tuoda näkyvyyttä heidän yhdistyksensä. (Henkilö 1 2017.)

4.2 Tapahtuman suunnitteluprosessi

Suomi 100 vuotta -tapahtuman suunnittelu alkoi Kettumäen kansanpuiston tiloissa yhdessä Kuusankosken retkeilijöiden edustajan Maini Volotisen ja Tauno Helstenin kanssa. Kettumäeltä neuvotteluun osallistui toiminnanjohtaja Tanja Kukkola ja taloudenhoitaja Riitta Korpela. Ensimmäisessä palaverissa käytiin yleisellä tasolla läpi, mitä tapahtuma voisi sisältää. Lauantain 26.8. ollessa Suomen luonnonpäivä, halusi Kuusankosken Retkeilijät panostaa enemmän siihen päivään. Kettumäen kansanpuisto ry osallistuu myös lauantain 26.8. suunnitteluun ja Kuusankosken Mannerheimin lastensuojeluliitto vastaa sunnuntain 27.8. ohjelmasta kokonaan.

Kun tapahtuman suunnittelu oli saatu alkuun, perustettiin myös työryhmät. Työryhmän tärkeimpiä tehtäviä ennen varsinaista tapahtumaa, oli ajaa sisään tehtäviinsä ja sopia, mitä työryhmän jäsenet tekevät, kelle he raportoivat tekemisistään ja kuka heitä ohjaa.

Tapahtuman työryhmiksi määriteltiin seuraavat:

- markkinointi ja tiedotus
- tekniikkaryhmä
- ohjelmaryhmä
- talousryhmä
- ruokailuryhmä.

Minun roolini tapahtumassa oli suunnitella lauantain ohjelman ja koko tapahtuman julisteen ulkonäkö. Vastuullani oli myös lisätä lauantain ja sunnuntain ohjelmat ja tapahtuman juliste Kettumäen kansanpuiston, Kuusankosken Retkeilijöiden ja Suomi 100 Finlandin virallisille verkkosivuille. Tein myös kyselyn lauantaina ja sunnuntaina tapahtumassa käyneille, jotta voidaan arvioida, onnistuiko jompikumpi päivä paremmin, ja miksi niin kävi.

4.2.1 Kohderyhmä

Iloitsemme itsenäisyydestä -tapahtuman lauantainpäivä oli tarkoitettu kaikille. Kaikki ikään ja sukupuoleen ja kansalaisuuteen katsomatta olivat tervetulleita kyseiseen tapahtumaan. Markkinointia suunnattiin Kymenlaaksoon, mutta kaikki olivat vapaita tulemaan muualtakin Suomesta. (Henkilö 1 & Henkilö 2 2017.) Tapahtumassa oli sopivaa ohjelmaa kaiken ikäisille.

Sunnuntain kohderyhmä oli lapset ja perheet. Ohjelma oli suunniteltu lapsia ajatellen, joten ohjelmassa oli leikkiä ja muuta lapsille sopivaa ohjelmaa, kuten taikashow ja nukketeatteri.

4.2.2 Tapahtumakäsikirjoitus

Tapahtumankäsikirjoitus saatiin kaksi kuukautta ennen tapahtumaa valmiiksi. Käsikirjoituksen lauantaille suunnittelivat Henkilöt 1 ja 2. Sunnuntain käsikirjoituksen

päättivät Mannerheimin Lastensuojeluliiton Kuusankosken yhdistys. Minun tehtäväni oli tehdä lauantain ohjelmasta mainos. Tapahtumaviikolla saatiin sovittua vasta, se missä Kettumäen kansanpuiston alueella kukin esiintyy.

Lauantain 26.8. ohjelma (taulukko 1) liittyi suomalaiseen luontoon. Ohjelmassa oli luonnossa liikkumista, pelejä, leikkejä, suomalaista ruokaa ja musiikkiesityksiä. Mukana oli paikallisia kuoroja ja muita taiteilijoita, kohokohtana muusikko ja säveltäjä Esa Kotilaisen luontoaiheinen rumpukonsertti.

Taulukko 1. Lauantain ohjelma

11.00	Tervetuloa, Ensin-yhtye ja Kuppari-Hanna
11.00– 14.00	Ravitsemus- ja sienineuvontaa, Kymenlaakson Martat
11.30	"Laulua elämä soi", Kouvolan Naiskuoro
12.00– 14.00	Syödään yhdessä, maksullinen juureskeitto lisukkeineen
14.00	Musiikkia 100-vuotiaan Suomen iloksi, Ensin-yhtye
14.30	Luonto- ja perinneleikkejä
15.30	Musiikkia 100-vuotiaan Suomen iloksi jatkuu
16.00	Yhteistanssia, Can't stop the feeling, Dance Kids -tanssiryhmä
17.00– 20.00	Illanviettoa ja iltapalaa retkinuotiolla, höysteinä yhteislaulua ja hanurimusiikkia, Kuusankosken Retkeilijät
18.00– 19.30	Iltasuunnistusta metsän hämyssä, Kuusankosken Retkeilijät
20.00– 20.30	Kettumäellä kajahtaa, Kuusankosken Naislaulajat ja Kuusankosken Mieslaulajat
21.00– 22.00	Kumuja luonnosta, UGR-voimarumpuryhmä
22.00	Tapahtuma päättyy

Sunnuntain ohjelma (taulukko 2) oli omistettu lapsille ja nuorille. Kettumäen kansanpuistossa muisteltiin entisajan koulunkäyntiä, laulettiin ja leikittiin perinneleikkejä.

Taulukko 2. Sunnuntain ohjelma

12.00	Tervetulopuhe, Rovasti Katri Helén
12.15	TaikaShow, Taikuri Aatu Itkonen
13.15	Musiikkiluokkien kuoro, Ann-Mari Printzin johdolla
14.00	Piian kiertokoulu, Piia Kleimola leikittää lapsia
15.00	Naavaparta ja Punatukkainen tyttö, Teatteri Virtakivi
16.00	Tapahtuma päättyy

4.2.3 Rahoitus

Tapahtuma rahoitettiin ulkopuolisella avustuksilla. Rahoitussuunnitelma saatiin valmiiksi kesäkuun alussa, lähes kolme kuukautta ennen itse tapahtumaa. Kymin Osakeyhtiön 100-vuotissäätiöltä pyydettiin suurinta avustusta ja myös Kouvolan kaupungilta haettiin rahaa.

SPR:ltä pyydettiin pakettitarjousta, johon kuului pelastussuunnitelma ja liikenteenohjaus. Kettumäellä on olemassa pelastussuunnitelma, mutta se on tehty hyvin yleisellä tasolla, joten uusi päivitetty versio tuli tarpeeseen (Henkilö 1 2017). Tähän panostaminen rahallisesti on myös sijoitus tulevaisuuteen muita tulevia tapahtumia ajatellen. Pelastussuunnitelman uusimisen tullessa liian kalliiksi aiotaan se tehdä oman järjestön voimin.

Taulukossa 3 on listattu kaikki kulut, joihin pyydettiin rahoitusta. Suurin osa rahoituksesta meni ruoan hankkimiseen, SPR:n pakettitarjoukseen sekä esiintyjään. Tuloja ei tullut muuten kuin ruoista. Ruoan hinta määräytyi sen mukaan, miten paljon kuluja tulisi menemään. Ruoan eli keittolounaan hinnaksi tuli lopulta kuusi euroa aikuiselta ja kolme euroa lapselta. (Henkilö 1 & Henkilö 2 2017.)

Taulukko 3. Budjetti

Kulut	Tulot
Ruoan hankkiminen ja teko	Ruoat
Ruoan kuljettaminen paikalle	
Tarjoilu	
Kalustevuokra	
Ympäristön rakentaminen	
Somistus	
Esiintyjä	
Vartiointi	
Tekniikka	
Luvat	

4.2.4 Lupa ja ilmoitusasiat

Kaupungille tehtiin kartat liikenteenohjauksesta ja neuvoteltiin käytettävistä parkkipaikoista. Sovittiin, että käytettäisiin läheisen koulun ja uimahallin parkkipaikoja. Pysäköintikartta ilmoitettiin ennen tapahtumaa järjestäjien verkkosivuilla.

Terveysviranomaisille tehtiin myös ilmoitus, koska tapahtumassa tarjoillaan ruokaa. Poliisille ilmoitettiin pelastussuunnitelmasta kuukautta ennen tapahtumaa.

4.2.5 Tapahtumapaikka ja ajankohta

Iloisemme itsenäisyydestä -tapahtuma pidettiin Kettumäen kansanpuisto ry:n sisä- ja ulkotiloissa Kuusankoskella. Tapahtuma pidettiin 26.–27.8. Kyseiset päivämäärät valittiin siksi, että 26.8 vietetään valtakunnallista Suomen luonnonpäivää.

Lauantaina 26.8 tapahtuma alkoi kello 11 ja loppui noin kello 22 aikaan. Lauantai-illan kruunaasi UGR-rumpuryhmän esitys (ks. liite 2). Sunnuntain ollessa lasten ja perheiden päivä ei tapahtuma voinut kestää kovinkaan kauaa. Päivä alkoi kello 12 ja loppui kello 16 (ks. liite 3). Koko tapahtumaviikonlopun päätti Senioriteatteri

Koskirentukoiden evakkoaiheinen näytelmä ”Ilo pintaa vaik syvän märkänis” kello 18.

4.2.6 Aikataulu

Liityin prosessiin mukaan vasta huhtikuussa, joten aikataulun (taulukko 4) tein siitä lähtien. Koko tapahtuman suunnittelu sai alkunsa jo lokakuussa 2016. Ennen huhtikuuta oli jo sovittu mahdolliset yhteistyökumppanit. Myös päätös tapahtuman hyväksymisestä valtakunnalliseen Suomen 100-vuotisjuhlaohjelmaan oli tullut.

Taulukko 4. Prosessin aikataulu

	Prosessin aikataulu
Huhtikuu	<ul style="list-style-type: none"> - aikataulun tekeminen - budjettisuunnitelma - rahoituksen hakeminen - työryhmien sisäänajo - pelastussuunnitelmasta tarjouspyynnöt
Toukokuu	<ul style="list-style-type: none"> - työryhmien toimintasuunnitelma - markkinointimateriaalin suunnittelu
Kesäkuu	<ul style="list-style-type: none"> - luvat ja ilmoitukset - pelastussuunnitelman valmistuminen - yhteistyökumppaneiden kanssa sopimukset - tarvittavan henkilökunnan hankkiminen
Heinäkuu	<ul style="list-style-type: none"> - julisteiden teettäminen - tapahtumakäsikirjoituksen valmistuminen - ruokailun suunnittelu - ilmoitus terveystyöntekijöille
Elokuu	<ul style="list-style-type: none"> - palautekyselyn tekeminen - tiedotustilaisuus lehdistölle 21.8 - mainonta <ul style="list-style-type: none"> o julisteiden ripustus o mainokset lehdissä o Facebook-tapahtuman tekeminen o muu sosiaalinen media

5 TAPAHTUMAN MARKKINOINTI

5.1 Markkinoinnin suunnittelu

Tapahtuman markkinoinnista oli tehty alustava suunnitelma toukokuussa, mutta ennen kuin tiedettiin, paljonko rahoitusta tapahtumalle saatiin, ei pystytty suunnitelmaa varmistamaan. Kesäkuussa saatiin tietää rahoituksen määrä, jolloin pystyttiin tekemään lopullinen markkinointisuunnitelma.

Markkinointia suunnattiin pääosin sosiaaliseen mediaan. Rahoitus ei ollut kovin suuri, joten mainoksia oli ainoastaan mahdollista tehdä lehtiin muutamia. Ohjelmat tehtiin lauantain ja sunnuntain ohjelmista heinäkuun alussa, ja niitä jaettiin yhdistysten Facebook-sivuilla sekä omilla sivuilla. Iloitsemme itsenäisyydestä -tapahtuman juliste tehtiin valmiiksi heinäkuun lopussa. Sitä mainostettiin myös eri kanavissa.

5.2 Mainonta

Ensimmäinen mainonta tapahtumasta tehtiin Kouvolan kesätapahtumalehteen. Mainoksessa esitettiin tapahtuma yleisellä tasolla, koska vielä siinä vaiheessa ei vielä tiedetty mitä kaikkea ohjelmaa tapahtuma sisältäisi. Rahoituspäätöstä ei vielä tässä vaiheessa ollut tullut, jolloin mitään ei pystytty lyömään lukkoon.

Lehti-ilmoitukset tapahtumasta ilmestyivät kahdessa lehdessä elokuussa. Julisteiden (liite 1) teettämistä varten kysyttiin kirjapainosta tarjousta. Rahaa ei ollut mo-
neen julisteeseen varaa, mutta niitä saatiin teetettyä tarpeeksi. Julisteita ripusteltiin ympäri Kuusankoskea ja Kouvola sekä myös muutamahan paikkaan Kouvola-
lan ulkopuolella.

Tiedotustilaisuus lehdistölle pidettiin elokuussa. Ketään lehdistön edustajaa ei kuitenkaan tullut paikalle. Lehdistölle lähetettiin valmis tekstipohja, jonka he voivat julkaista lehdissään. Yksi ensimmäisistä ideoista oli tehdä henkilöhaastattelu Esa Kotilaisesta, sillä yksittäisistä henkilöistä tehdyt haastattelut ovat aina olleet kiinnostavia lukijoiden mielestä.

5.3 Sosiaalinen media

Varojen ollessa rajalliset ei markkinointiin pystytä paljoakaan panostamaan. Sosiaalisen median käyttö korostuu tämän tapahtuman markkinointisuunnitelmassa. Tärkeää on löytää oikeat kanavat joiden kautta tapahtumaa mainostetaan. Kanavia täytyy löytää useita ja tapahtuman mainostaminen täytyy tehdä mahdollisimman kiinnostavalla tavalla. Asiallisuutta ja viihtyvyyttä pitää korostaa, sillä tapahtumasta todennäköisemmin ovat kiinnostuneet perheelliset ja vanhemmat ihmiset.

5.3.1 Facebook

Facebook-markkinointi on useasti hyvin tehokas tapa markkinoida tapahtumaa. Facebook-tapahtuman teko on helppoa ja Facebook-tapahtumaan ilmoittautuneiden osallistujien avulla pystytään arvioimaan tapahtumaan osallistuvien henkilöiden määrän.

Facebookista löytyy Kymenlaaksolaisille monia erilaisia Facebook-ryhmiä, jossa pystyttiin mainostamaan Iloitsemme itsenäisyydestä -tapahtumaa. Kyseisiksi sivuiksi valikoitui esimerkiksi:

- Positiivisten ihmisten Kouvola
- Kouvola kuulumisia
- Kettumäen kansanpuisto
- Kouvolan Sanomat
- MLL Kuusankosken paikallisyhdistys

5.3.2 Muut

Tapahtumaa mainostettiin järjestäjien omilla verkkosivuilla ja myös Kymenlaaksonyt-sivustolla. Järjestäjät eivät käytä muita sosiaalisen median kanavia kuin Facebookia, joten mainontaa muissa kanavissa ei tehty. Pyysimme kuitenkin Suomi 100 -hankkeen Kymenlaakson alueen koordinaattoria mainostamaan tapahtumamme heidän kanavissaan. Suomi 100 -hankkeella on tilit Facebookin lisäksi Twitterissä, Instagramissa ja Snapchatissa.

5.4 Markkinoinnin aikataulu

Aikataulussa (taulukko 5) pysyminen oli tapahtuman onnistumisen kannalta tärkeää. Mainonta eri kanavissa oikeaan aikaan varmistaa mahdollisten kävijöiden mielenkiinnon ja saapumisen paikalle. Tärkein on itse tapahtumaviikolla tapahtuva markkinointi, sillä silloin suurin osa asiakkaista tekee päätöksen tapahtumaan tulosta.

Taulukko 5. Markkinoinnin aikataulu

Heinäkuu	<ul style="list-style-type: none"> - julisteiden teettäminen - ohjelmien jakaminen eri kanavissa
Elokuu	<ul style="list-style-type: none"> - tiedotustilaisuus lehdistölle - Facebook-tapahtuman teko - julisteiden ripustus ilmoitustauluille
Tapahtumaviikko	<ul style="list-style-type: none"> - mainostus eri Facebook-ryhmissä - mainokset lehdissä
Samana päivänä	<ul style="list-style-type: none"> - Facebook

5.5 Palaute ja jälkimarkkinointi

Tein kyselyn (ks. liite 4) Iloitsemme itsenäisyydestä -tapahtuman lauantain ja sunnuntain kävijöille, jotta Kettumäen kansanpuisto pystyisi kehittämään toimintaansa ja osaisi tehdä tarvittavia muutoksia seuraavaa tapahtumaa varten. Palautekyselyssä kysyn ensimmäisenä, mistä kävijät ovat kuulleet tapahtumasta. Näin saadaan tietää oliko jokin kanava, jota käytettiin tarpeeton ja onko joku kanava ylivoimaisesti tehokkain tapa tavoittaa mahdolliset asiakkaat. Muut kysymykset koskivat kävijöiden viihtyvyyttä tapahtumassa ja parannusehdotuksia. Kysymykset olivat monivalintoja, ja parannusehdotuksia varten oli avoin kysymys. Kahvilan työntekijät jakoivat kyselylomakkeita tapahtuman aikana.

Kouvolan kameraseura on tulossa kuvaamaan tapahtumaa. Tapahtumasta tehdään video, joka tulee YouTubeen. Video olisi tarkoitus lisätä sen valmistuttua Iloitsemme itsenäisyydestä -tapahtuman sivuille Facebookissa, jotta kävijät voivat muistella tapahtumaa jälkikäteen. Video myös julkaistaan Kettumäen kansanpuisto ry:n Facebook-ryhmässä sekä heidän omilla sivuilla kiitosten kera. Myös Kuusankosken Retkeilijät julkaisevat videon omilla sivuillaan. Video tapahtumasta

lähetään myös kaikille yhteistyökumppaneille sähköpostilla. Samalla kiitetään yhteistyöstä ja panoksesta tapahtumaan.

6 TULOKSET JA POHDINTA

Tapahtuman suunnittelu sujui mielestäni hyvin ja lähes aikataulun mukaisesti. Jotkin asiat valmistuivat myöhempään kuin oli suunniteltu, kuten pelastussuunnitelma. Markkinoinnin aikataulu piti kokonaisuudessaan. Opinnäytetyöni teoria ja käytäntö kytkeytyivät tiiviisti yhteen. Käytännössä teimme kaikki opitun teorian pohjalta ja mielestäni oikein. Ainoa asia, jossa olisi voitu olla tarkempi, oli kohderyhmän rajaaminen. Kohderyhmänä olisi voinut mielestäni lauantaina olla pelkät vanhemmat ihmiset ja perheet. Nuoria ihmisiä odotettiin turhaan paikalle.

Tehtäväni oli heinäkuun aikana lauantain ohjelman ja tapahtuman julisteen tekeminen. Ennen työharjoitteluani Kettumäen kansanpuistossa, ei minulla ollut kokemusta mainosten suunnittelusta, joten mainoksista ei tullut osaamisen puutteen vuoksi niin hyviä, kuin olisin halunnut. Niiden tekemisestä sain kuitenkin arvokasta kokemusta.

Järjestimme tapahtumaviikolla lehdistötilaisuuden, mutta kukaan lehdistön edustajista ei saapunut paikalle. Se oli pieni pettymys, mutta oli kuulemma normaalia, että he jättävät tulematta paikalle ilmoittamatta mitään. Kouvolan Kameraseura jätti myös tulematta tapahtumaan, joten video tapahtumasta jäi saamatta.

Itse tapahtumaviikonlopun lähestyessä sääennusteet eivät näyttäneet ollenkaan hyvälle. Niin siinä myös kävi, että koko viikonlopun ajan tuli sadekuuroja ja lämpötila oli alhainen. Jäimme kauas toivotusta kävijämäärästä. Kettumäen kansanpuiston ainoa tulolähde tapahtumasta oli lounasliput, mutta kävijämäärän jäädessä alhaiseksi, jäi Kettumäki lähes tuhat euroa tappiolle. Lauantaipäivä ei siis rahallisesti ollut ollenkaan kannattava, mutta toivomme, että Kettumäen kansanpuisto ja Kuusankosken Retkeilijät saivat kuitenkin enemmän näkyvyyttä.

Pyysin kahvilan työntekijöitä jakamaan kyselylomakkeita kahvilassa käyneille, ja sain kymmenen vastausta lauantailta ja kahdeksan kappaletta sunnuntailta. Taulukosta 6 selviää, mitä kymmenen lauantain kävijää oli mieltä tapahtumasta. Ihmiset olivat saaneet tietää tapahtumasta lehdestä tai tutun kautta. Moni, joka oli vastannut muu-vaihtoehtoon, oli saanut tiedon tapahtuman esiintyjiltä. Tapahtuman odotukset jakautuivat vastausten, ”jonkin verran” ja ”hyvin” välillä. Voi siis päätellä, että jotkut kävijät jäivät kaipaamaan jotakin lisää. Saman päätelmän voi tehdä seuraavasta kysymyksestä, jossa kysyttiin ohjelman onnistumista. Puolet vastasi ”kohtalaisesti” ja puolet ”hyvin”. Ohjelma olisi voinut olla vähän erilainen, ehkä monipuolisempi.

Halusin kysyä neljäntenä kysymyksenä alueen selkeydestä, sillä Kettumäen kansanpuiston alue on laaja, ja ohjelmaa järjestettiin kahdessa eri paikassa. Seitsemän vastaajan mielestä alue oli selkä, ja loput kolme vastaajaa eivät olleet samaa mieltä. Tästä voi kuitenkin päätellä, ettei parannuksia tarvitse välttämättä tehdä. Kyselyn avoimeen kysymykseen vastasi lauantaina vain kolme ihmistä. Vastauksista selviää, että kävijät olivat pahoillaan huonosta säästä, mutta se oli ainoa negatiivinen asia tapahtumassa.

Taulukko 6. Kyselyn vastaukset lauantailta

1. Mistä sait tietää tapahtumasta?	A. Lehdestä B. Facebookista C. Ilmoitustaululta D. Tutulta E. Muu?	30 % 10 % 0 % 10 % 50 %
2. Vastasiko tapahtuma odotuksiasi?	A. Ei lainkaan B. Jonkin verran C. En osaa sanoa D. Hyvin E. Erinomaisesti	0 % 40 % 10 % 50 % 0 %
3. Kuinka tapahtuman ohjelma mielestäsi onnistui?	A. Heikosti B. Kohtalaisesti C. En osaa sanoa D. Hyvin E. Erinomaisesti	0 % 50 % 0 % 50 % 0 %
4. Oliko tapahtuma-alue mielestäsi selkeä?	A. Ei lainkaan B. Kohtalainen	0 % 20 %

	C. En osaa sanoa D. Hyvä E. Erinomainen	10 % 70 % 0 %
5. Mitä kehitettävää tapahtumassa mielestäsi oli?	Säälle ei voi mitään, muute varmaa ok! Tulen joskus toistekin, nyt oli hieman "vaisua" Säällehän ei voi mitään, mutta ehkä sää oli se hankalin juttu tänään. Paikka taisi olla ihmisille tuntematon.	

Kyselyyn vastanneiden määrä jäi liian vähäiseksi, jotta olisi saatu kattavammat mielipiteet. Sunnuntaina kyselyyn vastasi vain kahdeksan ihmistä. Moni ei ollut halunnut vastata kyselyyn kahvilan työntekijöiden mukaan. Minun olisi pitänyt itse olla jakamassa kyselylomakkeita, jotta vastauksia olisi saatu enemmän. Kahvilassa ei siis käynyt tarpeeksi ihmisiä, joten kyselyn vastauspiste olisi voinut olla jossain muualla.

Sunnuntaina kyselyyn vastanneet (taulukko 7) olivat enemmän tyytyväisiä tapahtumaan. Sää oli parempi, ja ainakin lapset näyttivät nauttineen tapahtumasta. Suuriosa oli kuullut tapahtumasta joko lehdestä tai Facebookista. Ohjelmassa selkeästi onnistuttiin lauantaita paremmin, ja sille oli tullut vain yksi lisäehdotus, leikkilauluja. Tapahtuma-alue oli sunnuntaina selkeämpi, koska ohjelma sijoittui ainoastaan yhteen paikkaan Kettumäen kansanpuistossa.

Taulukko 7. Kyselyn vastaukset sunnuntailta

6. Mistä sait tietää tapahtumasta?	F. Lehdestä G. Facebookista H. Ilmoitustaululta I. Tutulta J. Muu?	37,5 % 37,5 % 12,5 % 12,5 % 0 %
------------------------------------	--	---

7. Vastasiko tapahtuma odotuksiasi?	F. Ei lainkaan G. Jonkin verran H. En osaa sanoa I. Hyvin J. Erinomaisesti	0 % 0 % 0 % 50 % 50 %
8. Kuinka tapahtuman ohjelma mielestäsi onnistui?	F. Heikosti G. Kohtalaisesti H. En osaa sanoa I. Hyvin J. Erinomaisesti	0 % 0 % 0 % 25 % 75 %
9. Oliko tapahtuma-alue mielestäsi selkeä?	F. Ei lainkaan G. Kohtalainen H. En osaa sanoa I. Hyvä J. Erinomainen	0 % 0 % 0 % 50 % 50 %
10. Mitä kehitettävää tapahtumassa mielestäsi oli?	Vaikea sanoa, kun viisi oli lyhyt. Tarjonta oli kyllä runsas ja useita eri asiakasryhmiä oli huomioitu. Enempi mainos olisi ollut hyvä. Esim. leikkilauluja	

Tein jälkihaastattelun Henkilö 2:lle ja myös Henkilö 1:lle, mutta jälkimmäinen ei kerennyt vastaamaan kysymyksiini. Kysyin heiltä seuraavia kysymyksiä sähköpostitse:

- Mitkä ovat päällimmäiset tunnelmat tapahtuman jälkeen?
- Toteutuivatko tavoitteet, jotka asetettiin tapahtuman suunnittelun alussa?
- Missä onnistuttiin?
- Missä epäonnistuttiin?
- Tykkäsivätkö kävijät tapahtumasta?

Henkilö 2:ella (2017b) oli tapahtuman jälkeen helpottunut olo, koska tapahtuman järjestelyt toimivat ja sade ei pilannut kaikkea. Aamupäivän yleisömäärä jäi kuitenkin vähäiseksi kylmän ja sateisen sään takia. Tunnelma esiintyjien ja paikalla olleiden ihmisten kesken oli kuitenkin positiivinen: monet kehuivat Kettumäkeä ja pitivät sitä erinomaisena paikkana tällaisille tapahtumille. Lapset osallistuivat innokkaasti Kuppari-Hannan ohjaamaan perinneleikkiin ja yhteistanssiin. Negatiivinen puoli oli se, että juureskeittoa kului vähän. Huono sää vaikutti, ja monet sanoivat syöneensä jo kotoa lähtiessään. Iltatapahtumat kello 17 jälkeen keräsivät kuitenkin yleisöä mukavasti, lähes 100 henkilöä. Tunnelma oli iloinen, ja nuotio lämmitti mukavasti. Retkipala maistui ja iltasuunnistukseenkin osallistui reilut kymmenen henkilöä, joista lapsia oli 9. Tunnelma kohosi huippuunsa, kun kuorot kajahtivat laulamaan ja UGR-rumpuryhmä pääsi vauhtiin.

Tavoitteena oli tuottaa kaksipäiväinen luontoon ja kulttuuriin painottuva, elämyksellinen yhdessä tekemisen ja kokemisen juhla, joka luo yhteenkuuluvuuden tunnetta, lisää ihmisten hyvinvointia ja järjestöjen tunnettuutta sekä syventää ymmärrystä paikallisen historian, kulttuurin ja luontoarvojen merkitystä nykypolville. Tapahtuman laadulliset tavoitteet toteutuivat. Ohjelma rakennettiin reilusti yli sadan vapaaehtoisen voimin. Pelkästään esiintyjä ja esiintyjäryhmiä oli jo yli 80. Esiintyjäkaartista löytyi musiikin, liikunnan ja muiden alojen osaajia ja harrasteryhmiä, mm. Kymijoki-antologiasta tuttu Kuppari-Hanna kumppaneineen oli tapahtumassa mukana. (Henkilö 2 2017b.)

Kouvolan seudun ammattiopiston ravintolalinjan kautta saimme arvokasta apua ruokailun suunnitteluun ja tapahtuman järjestelyihin. Ilman LC Kuusankosken asiantuntevaa liikenteenohjausta olisimme olleet pulassa. Kettumäelle johtavilla poluilla oli opasteina puihin kiinnitettyjä kuusankoskelaisten kirjoittamia runoja ja isoäidinneliöitä, joita innokkaat vapaaehtoiset olivat virkanneet. (Henkilö 2 2017b.)

Rahallisesti tapahtumaa tukivat Kymin Osakeyhtiön 100-vuotissäätiö ja Kouvolan kaupunki. Tapahtuma oli taidonnäyte siitä, mitä saadaan aikaan, kun yhdistetään

taitoa ja tahtotilaa yhteisen hyvän edistämiseksi toimimalla yhdessä. Yleisömäärälle asetetut tavoitteet (200–500 henkilöä) eivät toteutuneet monien päällekkäisten tapahtumien ja kylmän ja sateisen sään takia. Lauantai-illan yleisömäärä (n. 100 henkilöä) ilahdutti kuitenkin. Rahallisia tappioita tuli molemmille pääjärjestäjille. Tapahtumaviikonloppua markkinointiin näkyvästi sekä lehdistössä että yhdistysten verkkosivuilla ja alueellisissa ja kansallisilla Suomi 100 -sivustoilla. (Henkilö 2 2017b.)

Ne muutamat kommentit, joita Henkilö 2 (2017b) sai, olivat positiivisia. Kettumäelle toivottiin vastaavanlaisia tapahtumia lisää. Kouvolan Naiskuoron puheenjohtaja kertoi, että kuorolaiset olivat pitäneet paikasta ja olivat mielissään, kun saivat tulla esiintymään. Yhtään negatiivista kommenttia ei Henkilö 2 kuullut.

Tapahtumassa paikanpäällä olleena, kyselyn ja Henkilö 2:en vastausten perusteella, voin sanoa, että tapahtuma oli päällisin puolin onnistunut. Vaikka tapahtuma oli tappiollinen rahallisesti, toi se varmasti näkyvyyttä sekä Kettumäen kansanpuistolle että Kuusankosken Retkeilijöille.

Kysymyksiä, joihin halusin tapahtuman suunnittelun alkuvaiheessa vastaukset, olivat, mitä vaaditaan onnistuneen tapahtuman järjestämiseen ja millä markkinointiviestinnän keinoilla tavoitetaan parhaiten tapahtuman kohderyhmä. Onnistuneen tapahtuman järjestämiseen tarvitaan kattava tapahtumasuunnitelma, jonka mukaan toimitaan. Aikatauluissa pysyminen oli ehdottaman tärkeää. Vastuutehtävien jakaminen suunnitteluvaiheessa oli myös tärkeää, ettei tehtävät kasaantuneet yhden ihmisen päälle.

Eniten ehkä yllätti se, miten paljon asioita täytyy ottaa huomioon tapahtumaa järjestettäessä. Apurahojen ja lupien hakemiseen meni oma aikansa. Esiintyjien kesken neuvottelu ja ohjelman kokoaminen oli myös työn takana.

Tapahtuman kohderyhmä, kouvolaisten, tavoitetaan kyselyn perusteella Facebookissa, tutun kautta tai lehtimainoksella. Julisteisiin ei olisi niin paljon tarvinnut panostaa.

LÄHTEET

Ahonen, L. & Luoto, S. 2015. Markkinointi boksen ulkopuolelta. Helsinki: Talentum.

Evans, L. 2010. Social Media Marketing. Indiana: Que Publishing.

Haapakoski, K. 2016. Ensi vuonna Suomessa järjestetään juhlat, joihin yritysten kannattaa osallistua. Talouselämä. Kommentti. Saatavissa: <http://www.talouselama.fi/komentit/ensi-vuonna-suomessa-jarjestetaan-juhlat-joihin-yritysten-kannattaa-osallistua-6602839> [viitattu 13.3.2017].

Henkilö 1. 2017. Sihteeri ja tiedottaja. Haastattelu 4.4.2017. Kettumäen kansanpuisto ry.

Henkilö 2. 2017a. Puheenjohtaja. Haastattelu 4.4.2017. Kuusankosken Retkeilijät ry.

Henkilö 2. 2017b. Puheenjohtaja. Sähköpostiviestit 28.8.2017. Kuusankosken Retkeilijät ry.

Hostikka, P. 2010. Opetusmateriaali toimintakyvyn edistyminen opintokokonaisuuteen. Opinnäytetyö. Kajaanin ammattikorkeakoulu. PDF-dokumentti. Saatavilla: https://theseus.fi/bitstream/handle/10024/23943/Hostikka_Paivi.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 1.9.2017].

Kettumäen kansanpuisto. 2016a. Yhdistys. WWW-dokumentti. Päivitetty 27.10.2016. Saatavissa: <http://www.kettumaenkansanpuisto.fi/425530228> [viitattu 17.8.2017].

Kettumäen kansanpuisto. 2016b. Toiminta. WWW-dokumentti. Päivitetty 23.8.2016. Saatavissa: <http://www.kettumaenkansanpuisto.fi/425529929> [viitattu 17.8.2017].

Kuusankosken Retkeilijät. 2017. Keitä olemme. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://kuusankoskenretkeilijat.net/tulevaa-toimintaa/> [viitattu 18.8.2017].

Muhonen, R. & Heikkinen, L. 2013. Kohtaamisia kasvokkain – Tapahtumamarkkinoinnin voima. Helsinki: Talentum.

Nousiainen, M. 2016. Kuumimmat sosiaalisen median kanavat 2017. Blogi. Saatavissa: <http://www.marjanousiainen.com/2016/10/31/kuumimmat-sosiaalisen-median-kanavat-2017/> [viitattu 20.8.2017].

Nousiainen, M. & Pursiainen, A. 2014. Yhdistystoiminnan rahoitusopas – pienen yhdistyksen näkökulmasta. Karelia ammattikorkeakoulu. Saatavissa: <http://www.jelli.fi/lataukset/pdf/Rahoitusopaslaaja.pdf> [viitattu 18.8.2017].

Palaute tapahtumasta – mitä ottaa huomioon? 2017. Liveto. Blogi. Saatavissa: <https://liveto.fi/blogi/blog/2017/07/20/palaute-tapahtumasta/> [viitattu 21.8.2017].

Sipilä, L. 2008. Käytännön markkinointi.

Suomi Finland 100 s.a. Info. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://suomifinland100.fi/info/> [viitattu 23.3.2017].

Tapahtuman jälkimarkkinointi jäi puolitiehen – mitä sitten? 2014. Atomi. Blogi. Saatavissa: <https://www.atomi.com/blog/tapahtuman-jalkimarkkinointi> [viitattu 21.8.2017].

Tapio, H. 2013. Opas tapahtuman viestintään & markkinointiin Tampereella. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.tapahtumatoimisto.com/sites/default/files/opasnettifinal.pdf> [viitattu 21.8.2017].

Valtari, M. 2013. Tapahtumajärjestäjän some-muistilista. Blogi. Päivitetty 15.8.2017. Saatavissa: <http://someco.fi/blogi/tapahtumajarjestajan-some-muistilista/> [viitattu 21.8.2017].

Vallo H. & Häyrynen E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma.

Vartia, A. s.a. André Noël Chaker – Suomen ihanuuksien löytäjä. Ekonomi. Kommentti. Saatavissa: <http://www.ekonomilehti.fi/andre-noel-chaker-suomen-ihanuuksien-loytaja/> [viitattu 21.8.2017].

Volotinen, M. 2017. Iloitsemme itsenäisyydestä 26. - 27.8.17 – Toimintasuunnitelma. Word-dokumentti.

MARKKINOINTIMATERIAALIA MAINOSTAULUILLA JA FACEBOOKISSA



maku -
elämyksiä

musiikkiesityksiä,
kuorolaulua

taikashow,
nukke -
teatteria

leikkiä,
tanssia
ja paljon
muuta

Luonnon juhlaa Kettumäellä

Iloitsemme itsenäisyydestä

26.–27.8.2017

Tervetuloa juhlimaan Luonnon päivää ja
100-vuotiaasta Suomea

Yhdessä

Ohjelmat ja pysäköintikartta:

kettumaenkansanpuisto.fi, kuusankoskenretkeilijat.net ja kuusankoski.mll.fi

Järj. Kettumäen kansanpuisto ry, Kuusankosken Retkeilijät ry ja MLL Kuusankosken paikallisosasto
Kotiseututie 10, Kuusankoski



Kouvola

XAMK

Kuusankosken Seura ry

Martat

KSAO

TOIMINTAVOIMA LC Kuusankoski



LAUANTAIN OHJELMA



ILOITSEMME ITSENÄISYYDESTÄ 26.–27.8.2017

Tervetuloa juhlimaan Luonnon päivää ja 100-vuotiaasta Suomea Kettumäelle

OHJELMA ON MAKSUTON

Lauantai 26.8.

- 11.00 Tervetuloa, Ensin-yhtye ja Kuppari-Hanna
- 11.00–14.00 Ravitsemus- ja sienineuvontaa, Kymenlaakson Martat
- 11.30 ”Laulua elämä soi”, Kouvolan Naiskouoro
- 12.00–14.00 Syödään yhdessä, maksullinen juureskeitto lisukkeineen
Keittoa on varattu 150 ensimmäiselle juhluvieraalle
- 14.00 Musiikkia 100-vuotiaan Suomen iloksi, Ensin-yhtye
- 14.30 Luonto- ja perinneleikkejä
- 15.30 Musiikkia 100-vuotiaan Suomen iloksi jatkuu
- 16.00 Yhteistanssia, Can’t stop the feeling
Dance Kids -tanssiryhmä, ohjaajana Carita Palander
- 17.00 – 20.00 Illanviettoa ja iltapalaa retkinuotioilla, höyseinä yhteislaulua ja hanurimusiikkia
Kuusankosken Retkeilijät
- 18.00 – 19.30 Iltasuunnistusta metsän hämyssä, Kuusankosken Retkeilijät
- 20.00 – 20.30 Kettumäellä kajahtaa, Kuusankosken Naislaulajat ja Kuusankosken Mieslaulajat
- 21.00 – 22.00 Kumuja luonnosta, UGR-voimarumpuryhmä



Tapahtumassa mukana Voimateatteri, kylähulluja, kansanparantajia sekä muita paikallisia persoonia menneisyydestä.

Keittolipun hinta (keitto, leipä, juusto ja mehu/vesi) 6 € aikuiset ja lapset alle 12-v. 3 € ja retkipalan (sämpylä, makkaraa ja kahvia) 3 €/hlö. Kesäkahvilassa myytävänä herkkuja koko tapahtuman ajan. Kaikki maksut käteisellä.

Kotiseututalossa Jenni Puonti-Danskin näyttely ”Pelkkää sinivalkoista?” Avoimna la-su 11–16. Vapaa pääsy.

Järj. Kettumäen Kansanpuisto ry ja Kuusankosken Retkeilijät ry
Kotiseututie 10, Kuusankoski



Kouvola

XAMK

Kuusankosken Seura ry

Martat

KSAO

TOIMINTAVOIMA LC Kuusankoski



SUNNUNTAIN OHJELMA



ILOITSEMME ITSENÄISYYDESTÄ

Suomi 100 vuotta

SU 27.8.2017 12.00 - 16.00

Kettumäen kansanpuisto Kotiseututie 10, Kuusankoski

Juhlimme 100 -vuotiasta Suomea sekä 95 -vuotiasta
MLL Kuusankosken paikallisyhdistystä koko perheen tapahtumalla

Ohjelmassa luvassa

12.00 Tervetulopuhe Rovasti Kari Helén

12.15 TaikaShow Taikuri Aatu Itkonen

13.15 Musiikkiluokkien kuoro Ann-Mari Printzin johdolla

14.00 Piian Kiertokoulu Piia Kleimola leikittää lapsia

15.00 Naavaparta ja Punatukkainen tyttö Teatteri Virtakivi

16.00 Tapahtuma päättyy



KAHVIO MAKKARAA MEHUA

LUONTOPOLKU TEMPPURATA PERINNELEIKKEJÄ

**TERVETULOA KANSSAMME KETTUMÄELLE VIETTÄMÄÄN
KOKO PERHEEN ILOINEN PÄIVÄ!**

Lisätietoa osoitteesta kuusankoski.mll.fi

Kettumäen tapahtumaviikonlopun päättää Koskirentukoiden esitys
"Ilo pintaa vaik syvän märkänis" kello 18.00. Lipun hinta 10€ / 5€



MANNERHEIMIN
LASTENSUOJELULIITON
Kuusankosken yhdistys



Kettumäen kansanpuisto ry



KYSELYLOMAKE

Iloitsemme itsenäisyydestä -tapahtuman palautekysely

11. Mistä sait tietää tapahtumasta?

- | | | |
|---------------|-----------------|---------------------|
| K. Lehdessä | B. Facebookista | C. Ilmoitustaululta |
| L. D. Tutulta | F. Muu? | |

12. Vastasiko tapahtuma odotuksiasi?

- | | | |
|----------------|------------------|------------------|
| K. Ei lainkaan | B. Jonkin verran | C. En osaa sanoa |
| L. D. Hyvin | F. Erinomaisesti | |

13. Kuinka tapahtuman ohjelma mielestäsi onnistui?

- | | | |
|-------------|------------------|------------------|
| K. Heikosti | B. Kohtalaisesti | C. En osaa sanoa |
| L. Hyvin | F. Erinomaisesti | |

14. Oliko tapahtuma-alue mielestäsi selkeä?

- | | | |
|----------------|----------------|------------------|
| K. Ei lainkaan | B. Kohtalainen | C. En osaa sanoa |
| L. Hyvä | F. Erinomainen | |

15. Mitä kehitettävää tapahtumassa mielestäsi oli?